

Primo piano

L'intervista

Campiglio e l'appello del sindaco Cereghini «Non è un problema chiudere la strada, ma la questione è gestire i grandi flussi»

di Tommaso Di Giannantonio

Aumentare la dotazione dei parcheggi e, al tempo stesso, potenziare il sistema di bus nelle località turistiche. Secondo l'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni è questa, «e solo questa», la strategia da perseguire per affrontare il sovraffollamento di visitatori in Trentino.

Nel Ponte dell'Immacolata l'afflusso di turisti ha rischiato di far collassare il sistema viabilistico di Campiglio. «Siamo stati a un passo dalla chiusura della strada a Carisolo - ha detto a il T il sindaco di Pinzolo, Michele Cereghini - Dalla Provincia servono soluzioni strutturali perché situazioni del genere si verificano in tutto il Trentino: pensiamo al Garda nei mesi caldi o al Mercatino di Trento». Secondo lei è un tema che va affrontato? Se sì, in che modo? «È un tema che abbiamo già messo all'attenzione. La soluzione è solo una: mettere in campo dei sistemi di parcheggio e di mobilità alternativa».



«Troppi visitatori? Aumentiamo parcheggi»

L'assessore al turismo Failoni sul sovraffollamento: «Entro un anno mapperemo il territorio»

Un piano straordinario di realizzazione di parcheggi? «Sì, bisogna fare un grande accordo di sistema tra i territori e la Provincia per realizzare i parcheggi e potenziare la mobilità alternativa».

Quindi state pensando di fare una mappatura del fabbisogno di posti auto? «L'obiettivo è fare questa mappatura entro un anno. Vorremmo replicare il lavoro fatto con gli alberghi dismessi».

Quali possono essere i canali di finanziamento? «I costi sono elevati. Ci sono diverse ipotesi. In ogni zona bisogna fare un ragionamento di sistema con i Comuni, gli impianti a fune e tutti i soggetti interessati per fare in modo che i turisti continuino ad arrivare».

Tornando a Campiglio, se il sindaco dovesse decidere di chiudere la strada, la Provincia si opporrebbe? «Se non ricordo male era già successo nel 1992: il sindaco era Eugenio Binelli e chiuse la strada per una situazione di traffico insostenibile a Carisolo. Non sarebbe un problema, ma la questione è riuscire a organizzare i flussi. A Campiglio ci sarebbe anche la possibilità di salire con gli impianti da Pinzolo».

La società Funivie Campiglio aveva pensato di fissare un tetto massimo di sciatori perché oltre una determinata soglia, 14 mila visitatori, diminuisce la soddisfazione dei clienti. La misura è stata poi posticipata alla

prossima stagione in attesa di approfondimenti giuridici. Per lei è una misura ragionevole? «È sicuramente un'ottima idea perché da una parte blocca i maggiori flussi e dall'altra può essere una strategia di marketing: se una persona sa che ci sono due giornate full può organizzarsi per andare in altre giornate o in altre località. È una strategia che condividiamo assolutamente».

Il raggiungimento di presenze record rappresenta ancora un valore oppure bisogna cambiare strategia? «Il valore c'è sicuramente, ma siamo tutti impegnati, dove è possibile, nel cercare di spalmare i turisti in altri periodi dell'anno. È chiaro, però, che il mercato interno, quello italiano, ha

alcuni periodi fissi.

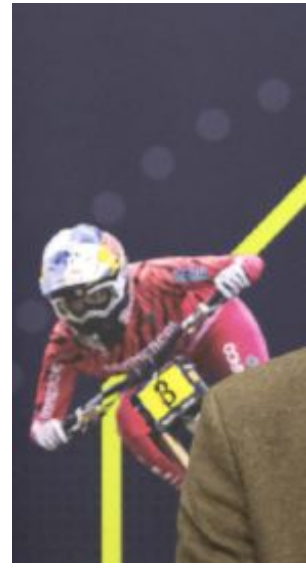
I grandi numeri registrati nel Ponte dell'Immacolata rappresentano allora un valore? «La questione è riuscire a gestire i flussi nel modo migliore».

Nell'ultimo rapporto sullo stato dell'ambiente dell'Appa alcune delle principali criticità riguardano proprio il turismo, in particolare tre aspetti: la densità di turisti in rapporto alla superficie territoriale (5.281 turisti per chilometro quadrato), in peggioramento negli ultimi quarant'anni; il traffico autostradale correlato al turismo, che negli ultimi anni è aumentato anche in relazione alla progressiva riduzione del numero medio di giornate di permanenza; la produzione di rifiuti nei territori a

Determinato

Roberto Failoni, assessore provinciale al turismo, all'artigianato, al commercio, alle foreste, alla caccia e alla pesca

Secondo l'esponente della giunta la strategia per affrontare il cosiddetto «overtourism» è quella di aumentare la dotazione dei parcheggi



Marco Albino Ferrari: «Destagionalizzare? Non funziona»

Montagna
L'ex direttore editoriale Cai: «Gli ospiti non vanno "spalmati" nei tempi ma nei luoghi»

di Adele Oriana Orlando

La stagione è iniziata «con il botto» sulle montagne trentine, prese d'assalto dai turisti durante il lungo weekend dell'Immacolata. Non solo turisti cittadini, quindi, che hanno superato in quantità numerica ogni aspettativa, anche quelli che hanno scelto le valli, la natura e gli sport invernali sono stati tantissimi. A commentare quanto avvenuto nei

giorni passati è Marco Albino Ferrari, scrittore, sceneggiatore, divulgatore e giornalista, oltre che specializzato in cultura della montagna. Ferrari quest'estate, a seguito di una polemica diventata poi caso nazionale sulle croci in vetta, ha rassegnato le dimissioni da direttore editoriale del Club Alpino Italiano. Le dichiarazioni che lo avevano visto al centro dell'occhio del ciclone erano emerse durante la presentazione di un libro in un momento in cui è stato

affrontato l'argomento relativo alle «Crocce di vetta». Per Ferrari la sua riflessione era stata «distorta» e usata in maniera differente rispetto alla loro vera intenzione. Da esperto della cultura di montagna, oltre che autore del libro: «Assalto alle Alpi» edito da Einaudi, Ferrari vede la questione turistica attuale, non solo il fenomeno dell'ultimo ponte dell'Immacolata, satura e che necessita di una riprogettazione. «Arrivati a questo punto - spiega Ferrari - bisognerà rivedere anche i piani di comunicazione, perché il Trentino investe molti soldi sulla comunicazione e far arrivare ancora più turisti, non so quanto li renda contenti, ne va a decremento dell'offerta. Quindi quando non si riesce a trovare un parcheggio, quando si fa la coda ovunque, penso che non ci sia da essere così contenti, perché il territorio viene messo a soqquadro. Poi, sono tutti sono tutti educati e non lasciano impronta del loro passaggio, se non nell'atmosfera, però il servizio che viene dato

naturalmente ne risente fortemente. Dalla prospettiva della macchina del turismo, direi che se l'offerta vuole rimanere alta, devono diminuire la comunicazione». Non c'è, però, solo la questione legata alla promozione per Ferrari, ma anche l'idea di *overtourism* che, afferma: «Crea dei forti danni alla comunità. Se facciamo un passo indietro nella storia, le valli alpine degli anni Sessanta-Settanta che hanno beneficiato del turismo, si sono salvate dallo spopolamento. All'epoca il turismo è stato una manna. Oggi, invece, l'*overtourism* crea spopolamento. La grande pressione turistica crea spopolamento, perché i prezzi diventano sempre più cari, aumentano gli affitti che quindi non sono più abbordabili dalla classe lavoratrice. Chi possiede un appartamento, lo vende, perché i mercati sono altissimi e così si smembrano intere comunità. Il turismo, se supera una certa soglia, diventa dannoso». Il rischio concreto per questo esperto è che i territori





«Bisogna osare di più per superare la monocultura dello sci alpino»

«paraggi e bus»
«fabbisogno di posti auto»



rischino di trasformarsi completamente, anche verso il residente, che la montagna la vive tutto l'anno, anche quando non arriva una macchina da fuori provincia per settimane. «Quando gli autoctoni sono costretti a usufruire dei servizi dei turisti, l'equilibrio si è rotto – osserva Ferrari – Questo in Trentino sta avvenendo in val di Fassa e in altri luoghi di grande concentrazione». E se l'eccessivo carico su un territorio può essere dannoso, la domanda è la stessa che molti altri territori, con attrattive anche molto diverse, si sono posti negli anni: sarebbe utile intraprendere la strada della destagionalizzazione? «A Venezia la destagionalizzazione ha portato a un affollamento 365 giorni all'anno – ricorda Ferrari – non ha spalmato il turismo nel corso delle stagioni, le ha riempite tutte. In montagna la destagionalizzazione è meno facile da fare. L'idea è però quella di non affollare determinati periodi e non raggiungere la concentrazione massima dell'affluenza. Poi,

elevata incidenza turistica. Secondo lei sono questioni da affrontare?

«Sono questioni che vanno ragionate a 360 gradi con gli altri assessori di riferimento e anche con il vicino Alto Adige, per quanto riguarda l'autostrada del Brennero. Siamo tutti consapevoli di questa situazione».

L'impatto è, però, strettamente legato all'incremento delle presenze.

«E infatti noi da due anni stiamo focalizzando la nostra comunicazione sulle belle stagioni, primavera e autunno, e su alcuni periodi meno frequentati dell'estate e dell'inverno».

Quali sono le strategie da sviluppare nei prossimi cinque anni?

«Come detto, la prima strategia è quella di realizzare un piano di parcheggi e mobilità alternativa. E poi dobbiamo continuare ad alzare il più possibile la qualità delle località, su tre fronti: servizi, strutture e infrastrutture».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

soprattutto, spalmarla e non creare delle affluenze solo nei luoghi deputati al grande turismo, ma pensare a delle accoglienze piccole e diffuse. Invece si tende sempre di più a concentrare il massimo degli arrivi in alcuni luoghi della grande macchina del turismo. La montagna non si deve consegnare alla monocultura del turismo». Sulla scorta di questo ultimo ragionamento, Ferrari suggerisce un'apertura nuova: quella di investire su altre risorse su cui vivere.

«Possiamo pensare di riattivare la filiera del legno e altre industrie leggere, tecnologiche, si può socializzare e localizzare certe produzioni. Oggi la montagna può prestarsi per una sorta di delocalizzazione di prossimità per certe attività che si fanno in città o di tipo professionale. La montagna deve essere popolata ma non ci si deve consegnare alla monocultura del turismo, perché quello è un danno alle comunità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Bisogna osare di più per superare la monocultura dello sci alpino»



Attenti a costruire nuove aree di sosta: significa portare più persone sulle piste e quindi ridurre la qualità dell'esperienza Delladio/1

Imprenditore
 Lorenzo Delladio,
 presidente e ad
 dell'azienda
 La Sportiva

La proposta

Delladio (La Sportiva)
 «Il mio progetto su Passo Rolle è ancora valido»

Il suo progetto è ancora lì, nel cassetto. Da ormai sei anni. «Rimane a disposizione di tutti, ma non metto più a disposizione i miei denari, che ho investito in altre cose». L'idea, bocciata dalla giunta Rossi, era quella di smantellare gli impianti e aumentare l'offerta di attività outdoor a Passo Rolle: dallo scialpinismo alla bici, dal trail running alle ciaspole, dal trekking al nordic walking, dalla bici allo sleddog (cani da slitta), fino all'arrampicata. L'obiettivo era creare un «paradiso» per l'outdoor. «Quel progetto non decollò per colpa della scarsa visione

«Più posti auto? Pericoloso»

Per affrontare il problema del sovraffollamento dei visitatori l'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni ha indicato una strategia precisa: «Aumentiamo i parcheggi e i bus e così gestiamo i grandi flussi» (si veda l'intervista a fianco). «Va benissimo, ma poi portiamo molte altre persone sulle piste – osserva l'imprenditore – Portare più sciatori può andare bene per certe località, ma non per altre. Funivie Campiglio se n'è accorta e infatti sta pensando di mettere un tetto massimo di sciatori. Quando ci sono troppe persone sulle piste si riduce la sicurezza e lo sciatore non si diverte più». Rimanendo in zona «Felicetti (direttore generale di Funivie Campiglio, ndr) ha già messo in pratica offerte aggiuntive allo sci da due anni a questa parte. Se ci fosse un maggiore impegno anche da parte di altri territori sarebbe l'ideale».

«Passo Rolle, brutti segnali»

Sia chiaro, «la questione non è togliere la gente a Campiglio. La mia idea – precisa Delladio – era quella di aggiungere attività all'offerta di sci alpino, soprattutto in Val di Fiemme e a San Martino di Castrozza». Nel presentare il suo progetto La Sportiva era partita da un dato. «Nei territori di riferimento ogni dieci visitatori solo sei sciano – spiega l'imprenditore – Per le altre quattro persone bisogna proporre altro, altrimenti si stufano e non tornano più. Ecco quindi l'idea di potenziare il turismo lento». Invece ora, «Passo Rolle non ha neanche la possibilità di offrire all'utente di montagna un posto dove ristorarsi perché Baita Segantini, un monumento nazionale, ha chiuso. Questo – prosegue – è sintomo di un disinteresse sulla località. Bisogna che qualcosa si smuova a livello politico».

«Destagionalizzare»

Quella proposta puntava «sulle quattro stagioni». «Il mio progetto avrebbe voluto fare un turismo più di qualità che di quantità, spalmandolo su tutto l'arco dell'anno, in modo da dare lavoro a tanti operatori in tutto l'anno – conclude – È chiaro che fuori stagione non tutti gli alberghi avranno il pienone, ma si possono fare degli accordi: un anno apre una struttura e l'anno dopo un'altra. Questi momenti di pienone si possano diluire nell'arco del tempo: invece di venire all'Immacolata o a Natale, il turista può essere invogliato a venire fuori stagione».

T. D. G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A San Martino di Castrozza e in Val di Fiemme quattro visitatori su dieci non sciano: è necessario incrementare le offerte aggiuntive Delladio/2

del futuro», dice Lorenzo Delladio, presidente e amministratore delegato de La Sportiva, l'azienda di Ziano di Fiemme (da 216 milioni di fatturato l'anno) specializzata nel settore delle calzature e dell'abbigliamento tecnico per la montagna. Si trattava di una proposta che andava in direzione di un turismo lento, cioè incentrato sulla qualità dell'esperienza piuttosto che sui grandi numeri.

«Più attività aggiuntive»

In quel territorio, a cavallo tra la Val di Fiemme e il Primiero, «volevamo aggiungere qualcosa all'offerta della monocultura dello sci di discesa – dice Delladio – Negli ultimi due anni Trentino Marketing sta facendo un buon lavoro sulla destagionalizzazione, ma bisognerebbe osare di più nel proporre attività aggiuntive allo sci alpino».